第一图书网, tushu007.com

<<食品贸易与管理丛书>>

图书基本信息

书名：<<食品贸易与管理丛书>>

13位ISBN编号：9787122031822

10位ISBN编号：7122031829

出版时间：2008-8

出版时间：化学工业出版社

作者：孟菲，段玉峰 著

页数：222

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

食品是人类赖以生存的最基本的物质条件。
食品消费水平是衡量一个国家文明程度和人民生活质量的重要标志。
食品工业关系着国计民生，是一个古老而又永恒不衰的常青产业，它在国民经济和社会发展中有着特殊的地位和作用，是工业中为国家提供积累和吸纳城乡就业人数最多、与农业关联度最强的产业。
食品工业的快速发展不仅对于提高人们的生活和健康水平、促进经济发展具有重要的作用，而且还对于增加财政收入、扩大劳动就业、解决“三农”问题有着重要意义。
改革开放二十多年，我国食品工业总产值以年均递增超过10%的速度持续快速发展。
特别是进入新世纪以来，中国食品行业运行状况良好，消费升级、政策推动、标准重建以及外资涌入、内资合并等诸多因素的影响，使得中国食品行业传统的低集中度现状改变加速，行业并购不断上演，食品行业板块加速整合。
2006年食品制造业产销两旺，效益稳步攀升，摘取了39个工业行业综合竞争力排名的冠军，其产值、销售收入以及利润总额同比分别增长28．76%、31．75%和42．27%。
在食品行业加速发展的同时，食品进出口贸易也获得巨大进展，2001年中国食品进出口规模为225．4亿美元，至2005年中国食品进出口规模达到了442．8亿美元，5年间的年均增幅为18．4%。
其中进口速度明显放缓，出口速度则明显加快，贸易顺差由2004年的2．1亿美元迅速扩大至41．2亿美元。
根据国家“十一五”食品工业的发展趋势，今后中国食品市场将朝着方便、快捷化；营养、保健化；多样化、功能化、安全化的方向发展，消费档次将逐渐提高。
未来国际食品市场竞争的核心将集中在加工业的规模、科技水平和管理方面，即通过实现规模经济，加强管理，以提高核心竞争力来争夺更大的市场份额。
我国虽然是食品生产和贸易的大国，但还不是食品生产和贸易的强国，存在行业竞争激烈，中小企业比例高，技术水平较低，同质化严重，食品的国际竞争力不强等问题，急需通过宏观和微观的手段加强管理。
由于目前市场上缺乏较为系统和全面介绍食品贸易和管理方面知识的图书，在化学工业出版社的鼓励和支持下，以江南大学（原无锡轻工大学）商学院、机械工程学院和设计学院的一批从事食品贸易与管理的中青年科研人员，编写了《食品贸易与管理丛书》。
本丛书根据国内食品贸易与管理的现状，结合了国际上有关食品贸易和管理方面的最新理论成果、标准和实践，力求能够简明清晰地说明有关食品贸易与管理方面的基础知识与基本技能。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《食品市场分析》基于国家统计局、中国食品工业学会、政府网站、国内外相关报纸杂志等公布的大量资料和实际调查数据，对国内外食品市场的总体运行态势，进行了深入的比较和分析，对重要的食品细分市场（食用油、饮料、冷饮、酒类、乳品、方便食品、休闲食品、肉制品、焙烤食品、功能性食品、添加剂等）的发展现状、特点、问题、对策等进行了全面的评述，对市场结构、营销状况、消费行为等进行了透彻分析，并对各细分市场的未来走势给予了预测。

《食品市场分析》从宏观着眼，以微观入手，力求通过翔实的数据、清晰的图表和准确的分析，提供给投资企业、市场调查公司、生产企业等相关人员尽可能全面的信息，为相关研究、管理、决策者提供依据。

书籍目录

第一章　中国食品工业发展第一节　食品的概念一、从食品工业的角度划分二、从食品安全的角度划分第二节　中国食品工业的发展现状一、中国食品工业发展的总体状况二、重点食品工业生产运行情况三、食品工业区域发展运行情况四、中国食品工业的发展特点第三节　中国食品工业发展趋势和建议一、中国食品工业的发展潜力二、中国食品工业发展趋势三、加快中国食品工业发展的几点建议第二章　国际食品工业发展第一节　国际食品工业发展现状一、发达国家食品工业发展特点二、各类食品主要消费国第二节　主要国家食品工业现状及市场概况一、美国食品市场二、日本食品市场三、德国食品市场四、意大利食品工业和市场简况五、叙利亚食品市场第三节　国际食品消费变化一、收入与食品消费二、城市化与食品消费三、食品安全与食品消费四、食品消费与国际食品贸易前景第三章　中国食品行业进出口状况分析第一节　中国食品行业进出口分析一、我国食品进出口总体情况二、影响我国食品进出口的基本因素分析第二节　食品产业国际竞争力问题一、中国农产品的比较优势分析二、中国农产品贸易竞争力分析三、提高中国农产品国际竞争力的政策建议四、经济全球化与食品工业的未来趋势第四章　食品行业细分市场分析（一）第一节　食用油市场分析一、食用油及油料概念二、我国食用油市场发展状况三、产品市场分析四、竞争状况和主要品牌五、我国食用油进口的几个阶段六、未来趋势第二节　饮料市场分析一、饮料行业的发展史二、饮料行业产业环境和产业政策分析三、饮料行业整体运行情况分析四、饮料行业消费结构分析五、饮料行业发展趋势第三节　冷饮市场分析一、我国冷饮行业总体现状二、冷饮行业竞争策略分析三、我国冷饮行业发展趋势与对策第四节　酒类市场分析一、白酒二、葡萄酒三、啤酒四、保健酒第五节　乳品市场分析一、乳品种类二、需求特征三、消费结构分析四、行业风险五、价格变化六、竞争策略第五章 食品行业细分市场分析（二）第一节 方便食品市场分析一、方便面二、冷冻、速冻方便食品第二节 休闲膨化食品市场分析一、休闲食品二、膨化食品第三节 糖果市场分析一、市场概述二、我国糖果行业较快增长的原因三、我国糖果企业的竞争策略四、我国糖果行业发展趋势第四节　肉制品市场分析一、市场发展概述二、肉制品工业现状三、我国肉类品牌竞争状况四、我国肉制品工业存在的主要问题分析五、我国肉制品工业的发展趋势六、我国肉制品工业的发展建议第五节　焙烤食品市场分析一、市场概况二、焙烤食品的发展趋势三、行业对策选择第六节　功能性食品市场分析一、功能性食品和功能性食品的功效成分定义二、全球功能性食品的市场规模和监管三、功能性食品市场国别分析第六章　食品添加剂及食品包装市场分析——第一节　食品添加剂市场分析一、食品添加剂的概念二、食品添加剂的分类三、食品添加剂的使用四、中国食品添加剂生产现状五、中国食品添加剂工业发展趋势第二节　食品包装市场分析一、中国主要的食品包装材料二、包装新技术进展情况三、食品包装设计四、中国食品包装业的发展趋势五、食品包装的环保政策导向第七章　中国食品行业市场营销状况分析——第一节　中国食品行业的营销现状一、企业市场营销观念落后二、企业品牌意识淡薄三、企业对整体产品概念理解模糊四、企业销售网络不健全、不通畅，运行效率低下五、企业不注重市场细分第二节　中国食品行业营销创新策略分析一、产品策略创新二、价格策略创新三、分销渠道策略创新四、促销策略创新五、食品企业营销策划的几个要点第八章　食品消费分析——第一节　中日居民食品消费结构比较研究一、中日居民食品消费的演变与变迁二、中日居民食品消费数量的比较三、中日居民食品消费结构的比较第二节　食品的消费者行为分析一、人均GDP突破1000美元后的居民消费结构分析二、家庭生命周期与食品消费第三节　食品安全问题对消费者的影响一、消费者对食品安全的意识二、影响食品安全治理过程中消费者行为的因素三、食品安全消费者行为的实证分析四、保障食品安全消费的对策建议第九章　中国农产品市场流通状况分析一、中国农产品流通存在的问题二、中国农产品流通的主要渠道及其效率比较三、中国农产品流通主导模式的选择第十章　中国食品行业发展对策探讨参考文献

章节摘录

第一章　中国食品工业发展　　食品工业是满足人民“衣食住行”需求的基础性工业，在国民经济中处于重要地位，具有不可替代性，尤其是当前我国居民收入日益提高、生活质量不断改善，对食品的需求也日趋多样化，全国食品工业面临良好发展契机，食品工业规模快速增长，经济效益也大幅提升，产业结构和增长方式进一步优化。

第一节　食品的概念　　《食品工业基本术语》对食品的定义：可供人类食用或饮用的物质，包括加工食品、半成品和未加工食品，不包括烟草或只作药品用的物质。

《中华人民共和国食品卫生法》对食品的法律定义：各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是药品的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。

从食品卫生立法和管理的角度，广义的食品概念还涉及：所生产食品的原料，食品原料种植、养殖过程接触的物质和环境，食品的添加物质，所有直接或间接接触食品的包装材料、设施以及影响食品原有品质的环境。

在进出口食品检验检疫管理工作中，通常还把“其他与食品有关的物品”列入食品的管理范畴。

一、从食品工业的角度划分　　食品工业是对农、林、牧、副、渔等部门生产的产品进行加工制造以取得食品的生产部门，与人们生活密切相关。

它包括的门类非常广泛，通常大致分为十类，即制糖工业、发酵工业、粮油加工业、罐头食品加工业、烟草工业、饮料工业、调味品工业、屠宰加工业、食品冷藏工业及食品加工废料利用工业。

而根据我国第三次工业普查的分类方法，食品工业包括采盐业、食品加工一业、食品制造业、饮料制造业、烟草加工业五个部分。

见表1—1。

本书所研究的范围侧重于食品加工及制造业，即人们通常意义上说的食品工业及饮料制造业，烟草加工业和采盐业将不进行重点论述。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com